

BAB IV

STRATEGI KOMUNIKASI

IV. 1 Konsep Verbal

IV. 1.1 Tema Kampanye

Kampanye mendidik anak tanpa kekerasan fisik, dijamin sekarang berdasarkan psikolog anak tidak secara kekerasan fisik, namun sebagai orang tua harus menjadi orang yang siap dan sabar agar tidak terjerumus ke amarah saat mendidik anak. Tema kampanye ini berdasarkan riset yang telah dilakukan bahwa orang tua masih mendidik anak dengan kekerasan fisik kurangnya pengetahuan dalam mendidik anak yang baik dan juga orang tua muda ini mereka meniru pengalaman mereka dididik seperti orang tua mereka dulunya. Dan dengan wawancara psikolog mengambil tema mengasuh, mendidik anak secara positif, positif dengan maksud mengasuh tanpa kekerasan agar menjadi keluarga yang bahagia.

IV.1.2 Judul Kampanye

Judul kampanye sosial ini adalah "Keluarga Positif". Keluarga merupakan tempat awal seseorang mengalami interaksi. Positif bersifat kepastian, membangun. "Keluarga Positif" dengan maksud menjadikan keluarga yang dapat membangun suatu sikap yang benar.

IV.1.3 Tone and Manner

Tone and Manner yang digunakan dalam kampanye ini memberikan kesan bahagia, ceria agar

menarik perhatian orang tua agar mereka lebih sadar dalam mendidik dan memberi perhatian terhadap anak, menggunakan bahasa indonesia agar pesan kampanye yang ingin dimunculkan mudah dipahami dan dimengerti oleh target sasaran.

IV.2 Konsep Visual

IV.2.1 Konsep Logo

Logo dari kampanye sosial ini menggambarkan keluarga yang positif, dalam logo ini dengan menyimbolkan sebuah pita untuk menggambarkan simbol rumah dan disederhanakan menjadi atap rumah dengan maksud dalam sebuah ikatan dan kepedulian berawal dari dalam keluarga, lalu 3 simbol orang ini menyimbolkan orang tua dan anak. Simbol orang berwarna merah muda bersifat kasih sayang menyimbolkan ibu, simbol orang berwarna biru bersifat bijaksana menyimbolkan ayah, dan simbol orang berwarna hijau menyimbolkan anak dengan positif. Positif ingin menyampaikan bahwa jika anak melakukan kesalahan sebagai orang tua harus melihat dan mengingat sisi positif anak jangan melihat dari sisi negatifnya saja dengan warna hijau sebagai lambang kebahagiaan.



Gambar IV.1 Logo kampanye
Sumber: dokumen pribadi

IV.2.2 Konsep Warna Logo

Logo kampanye ini terdiri dari 3 warna yaitu :

- Biru : Harmoni, kepercayaan, sejuk, damai, lembut, bijaksana
- Merah muda (Pink) : cinta, kasih, sayang.
- Hijau : semangat, kebahagiaan

berdasarkan teori warna menurut Edwin D Babbit, dengan tiga warna ini pesan yang ingin disampaikan dari kampanye ini, yaitu membuat tiap keluarga menjadi lebih erat, bijak, saling percaya, damai, dengan kasih sayang.



Gambar IV.2 Palet warna logo
Sumber: dokumen pribadi


IV.2.3 Konsep Tipografi Logo

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Caviar Dreams

Gambar IV.3 Font Caviar Dreams
Sumber: dokumen pribadi.

Pada logo kampanye menggunakan font jenis sans serif, yaitu " *Caviar Dreams* ". Dari karakter font tersebut memberikan kesan tidak kaku, dan lengkungan pada font tersebut memberikan kesan fleksibel dalam pelaksanaan.

IV.2.3.1 Tipografi Media



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
01234567890

Gambar IV.4 Font ASimpleLife

Pada media menggunakan font jenis sans serif yaitu "ASimpleLife". Dari karakter font ini memberikan kesan yang tidak kaku, mudah dibaca, fleksibel, persuasif dan modern.

IV.3 Visualisasi Desain

Dalam proses kampanye sosial ini menggunakan beberapa jenis media sebagai media penyampaian, bahasa yang digunakan bahasa Indonesia agar lebih mudah dimengerti target sasaran. Tone and Manner yang digunakan simpel, kreatif, modern. Agar target sasaran yaitu SES B-C memahaminya dengan mudah. Media promosi dikelompokkan menjadi beberapa tahapan antara lain yaitu:

IV.3.1 Tahap Kognisi

IV.3.1.1 Poster Kognisi

Poster kognisi berisikan mengenai topik permasalahan yang diangkat dalam kampanye sosial ini. Dengan menggunakan media fotografi objek berupa siluet orang tua, siluet disini dengan orang berjenis unisex dengan maksud yang melakukan kekerasan fisik bisa saja ayah ataupun ibu. Anak yang tersenyum terpaksa karena di dalam lingkungan keluarganya. Poster kognisi disini bertujuan menggerakkan perasaan dari target sasaran, disebarluaskan melalui sekolahan, instagram dan facebook.



Gambar IV.5 Poster Kognisi

IV.3.2 Tahap Afeksi

IV.3.2.1 Poster Afeksi

Poster Afeksi berisikan informasi mengenai pengenalan Keluarga Positif, dan Poster yang berisikan pesan-pesan verbal dalam mendidik anak secara

positif, pesan untuk poster afeksi ini mengutip dari buku Novita Tandry tentang "*Happy Parenting*". Untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut menggunakan media fotografi melalui media ini pesan yang ingin disampaikan bisa digambarkan melalui visual tersebut. Dan disebarluaskan melalui media sosial berupa instagram dan facebook.



Gambar IV.6 Poster Afeksi 1
Sumber : Dokumen pribadi



Menjadi Orang Tua yang Pemurah

Anak dengan orang tua yang pemurah, bersikap lembut cenderung menjadi percaya diri dan tumbuh secara dewasa.

@keluargaPositif
www.facebook.com/keluargaPositif



Gambar IV.7 Poster Afeksi 2
Sumber : Dokumen Pribadi



Cinta & Kasih Sayang

Menjadi Orang tua harus tetap sabar dan mencintai anak anda walaupun mereka melakukan kesalahan.

@keluargaPositif
www.facebook.com/keluargaPositif



Gambar IV.8 Poster Afeksi 3
Sumber : Dokumen Pribadi



Pujian

Semakin bertambah usianya anak,
semakin sedikit pujian yang kita berikan.
Jangan memberikan lebih banyak
hukuman dan omelan seharusnya berikan
pujian juga kritik
yang dapat membangun anak.

@keluargaPositif
www.facebook.com/keluargaPositif



Gambar IV.9 Poster Afeksi 4
Sumber : Dokumen Pribadi



Perhatian

Perhatian merupakan hal paling penting
dan efektif dari segala hadiah.

@keluargaPositif
www.facebook.com/keluargaPositif

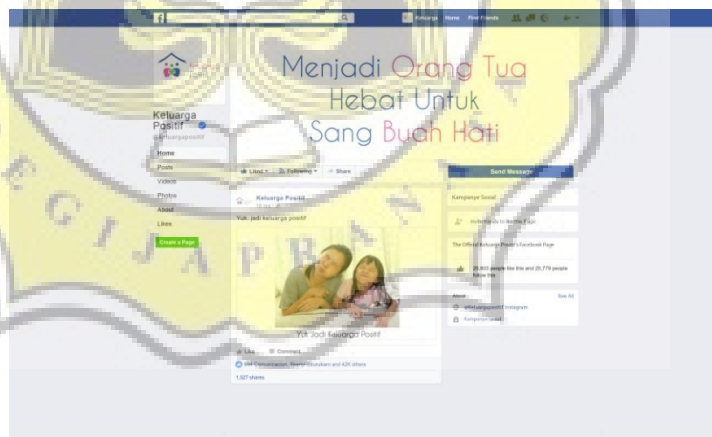


Gambar IV.10 Poster Afeksi 5
Sumber: dokumen pribadi.

IV.3.2.2 Media Sosial



Gambar IV.11 Tampilan Instagram
Sumber: dokumen pribadi



Gambar IV.12 Tampilan Facebook
Sumber: dokumen pribadi

IV.3.3 Tahap Changing Behaviour

IV 3.3.1 Poster *Event*

Poster *Event* Yuk Jadi Keluarga Positif, akan disebarluaskan pada bulan terakhir yaitu Juni-Juli 2019, Poster ini berisikan mengenai isi acara yang akan berlangsung dengan

kata ajakan "Yuk Jadi Keluarga Positif" dan tagline kampanye "Menjadi Orang Tua Hebat Untuk Sang Buah Hati" dan disebarluaskan melalui media sosial berupa instagram, facebook.



Gambar IV.13 Poster Event
Sumber: dokumen pribadi

IV 3.3.2 Event

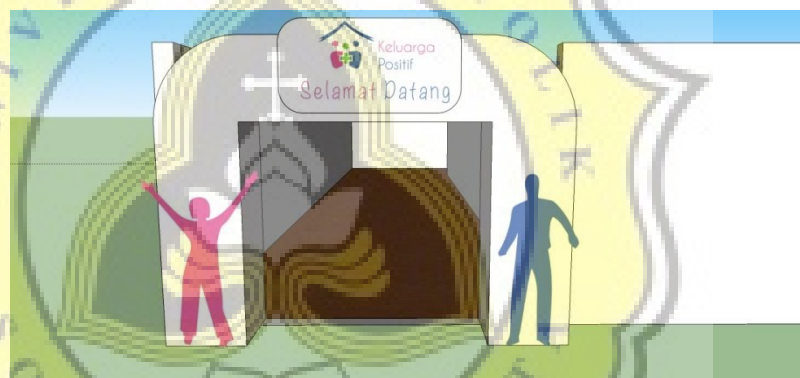
IV.3.3.2.1 Booth

Terdapat 7 *Booth* yang di sediakan dalam *Event* Keluarga Positif, yang diadakan pada 29 July 2019 yang terdiri dari Tiket *Booth*, Merchandise *Booth*, *Booth* Penitipan anak saat orang tua seminar, Panggung Seminar, Konsultasi *Booth*, Tebak Kata *Booth*, Photo*Booth*, Media informasi, sign system, xbanner.



1. Opengate
2. Cocard Booth
3. Ruang Anak
4. Panggung Seminar
5. Photobooth
6. Tebak Kata
7. Konsultasi Psikolog
8. Merchandise Booth
9. Exitgate

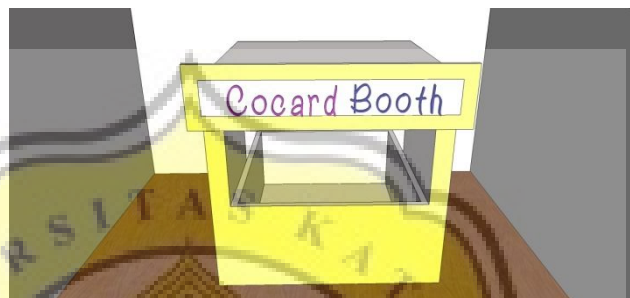
Gambar IV.14 Denah Tampak Atas
Sumber: dokumen pribadi



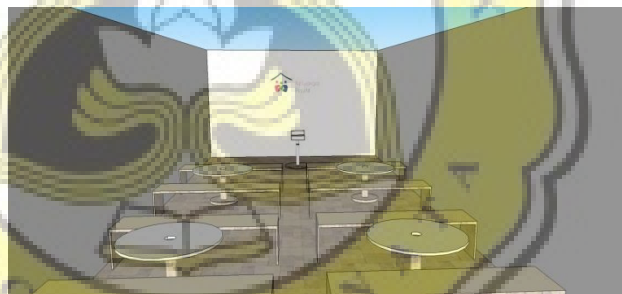
Gambar IV.15 Tampilan pintu masuk
Sumber: dokumen pribadi



Gambar IV.16 Panggung & Backdrop
Sumber : dokumen pribadi



Gambar IV.17 CocardBooth
Sumber : dokumen pribadi



Gambar IV.18 Ruang Anak
Sumber: dokumen pribadi



Gambar IV.19 Merchandise Booth
Sumber : dokumen pribadi



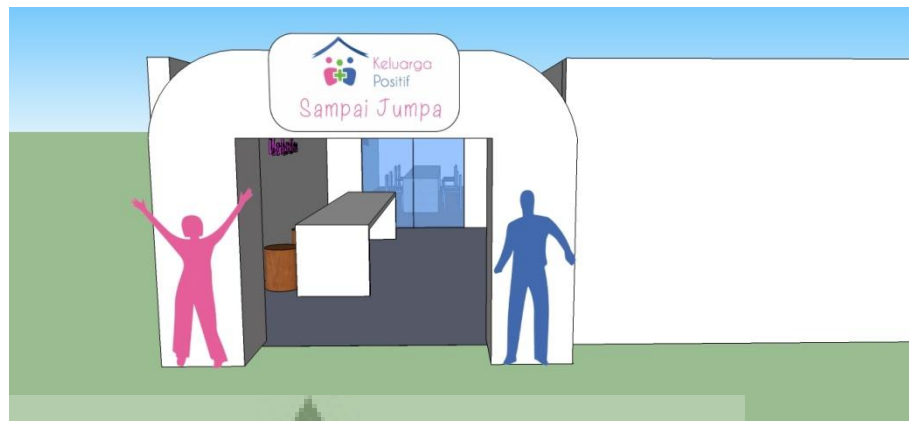
Gambr IV.20 PhotoBooth
Sumber: dokumen pribadi



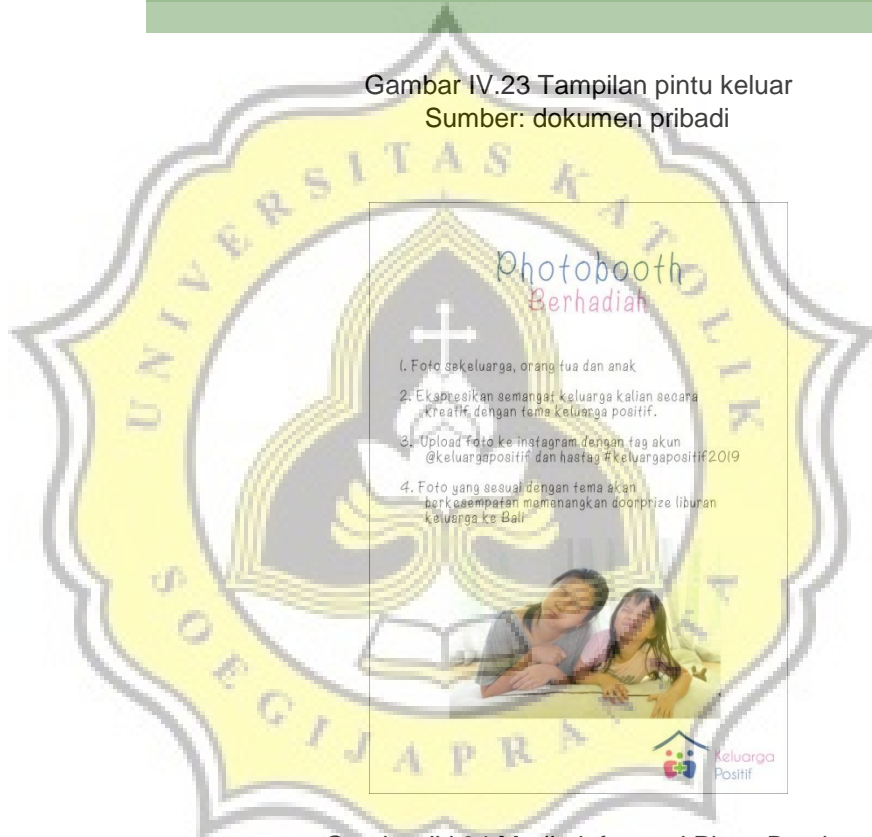
Gambar IV.21 Tebak Kata Booth
Sumber : dokumen pribadi



Gambar IV.22 Kosultasi Booth
Sumber: dokumen pribadi.



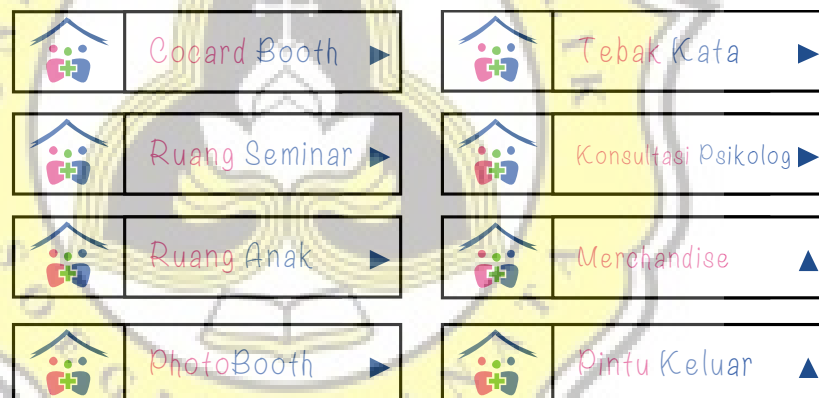
Gambar IV.23 Tampilan pintu keluar
Sumber: dokumen pribadi



Gambar IV.24 Media informasi PhotoBooth
Sumber : dokumen pribadi.



Gambar IV.25 Media informasi Tebak Kata
Sumber : dokumen pribadi.



Gambar IV.26 Sign system
Sumber : dokumen pribadi.



Gambar IV.27 Xbanner
Sumber: dokumen pribadi.

IV.3.3.2.2 Video Seminar

Video seminar ini diambil pada saat *Event* dimulai anak-anak akan dititipkan di ruang anak dan akan diinterview oleh panitia *Event*, untuk mengetahui kasih sayang yang pernah mereka rasakan, dan kasih sayang seperti apa yang mereka mimpikan dari orang tua mereka, lalu video tersebut dijalankan *live* saat seminar berlangsung dengan maksud video ini menyentuh perasaan orang tua.

Anak selalu mengingat kasih sayang
yang pernah anda berikan

Kasih sayang seperti apa yang pernah
kalian rasakan dari orang tua kalian?



Kasih sayang seperti apa yang kalian
mimpikan dari orang tua kalian?



Gambar IV.28 Sample Video Saat Seminar
Sumber: dokumen pribadi.

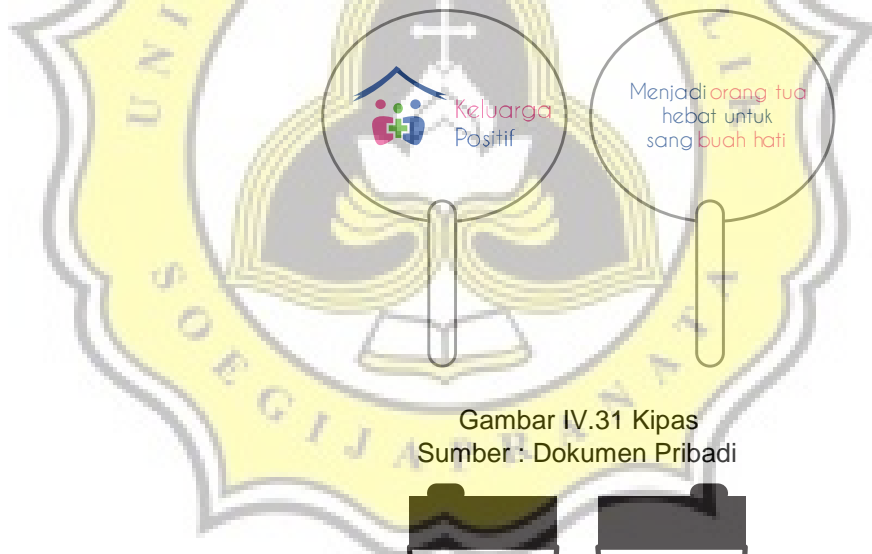
IV.3.3.1.3 Merchandise



Gambar IV.29Kaos
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar IV.30 Tote bag
Sumber : Dokumen Pribadi



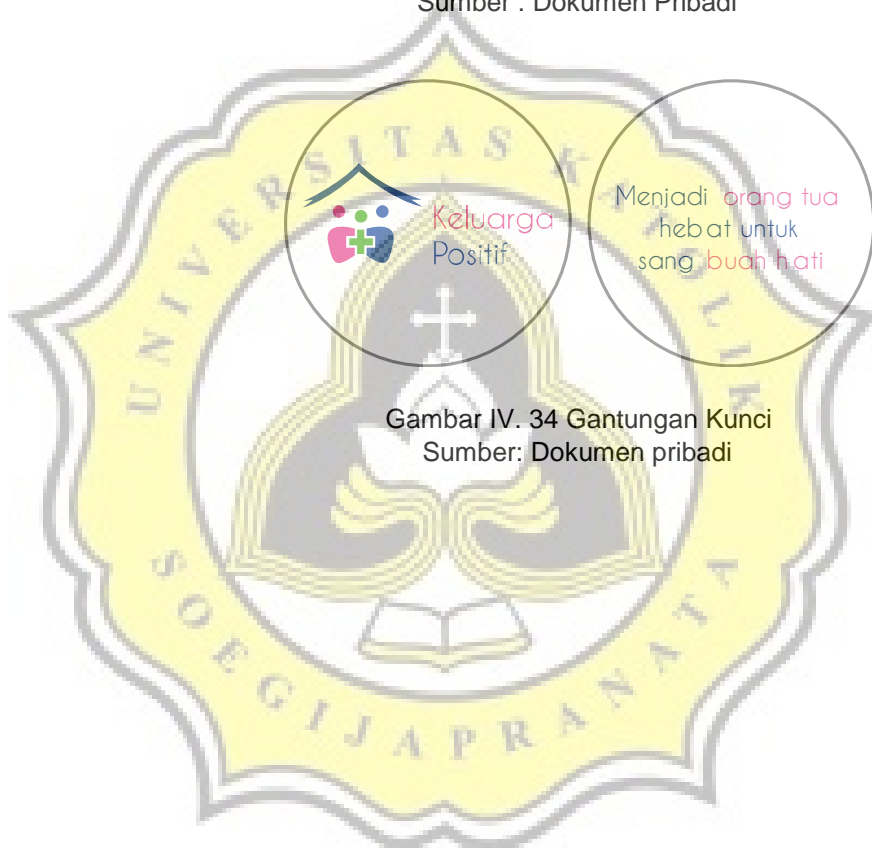
Gambar IV.31 Kipas
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar IV.32 Tumblr
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar IV.33 Mug
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar IV. 34 Gantungan Kunci
Sumber: Dokumen pribadi